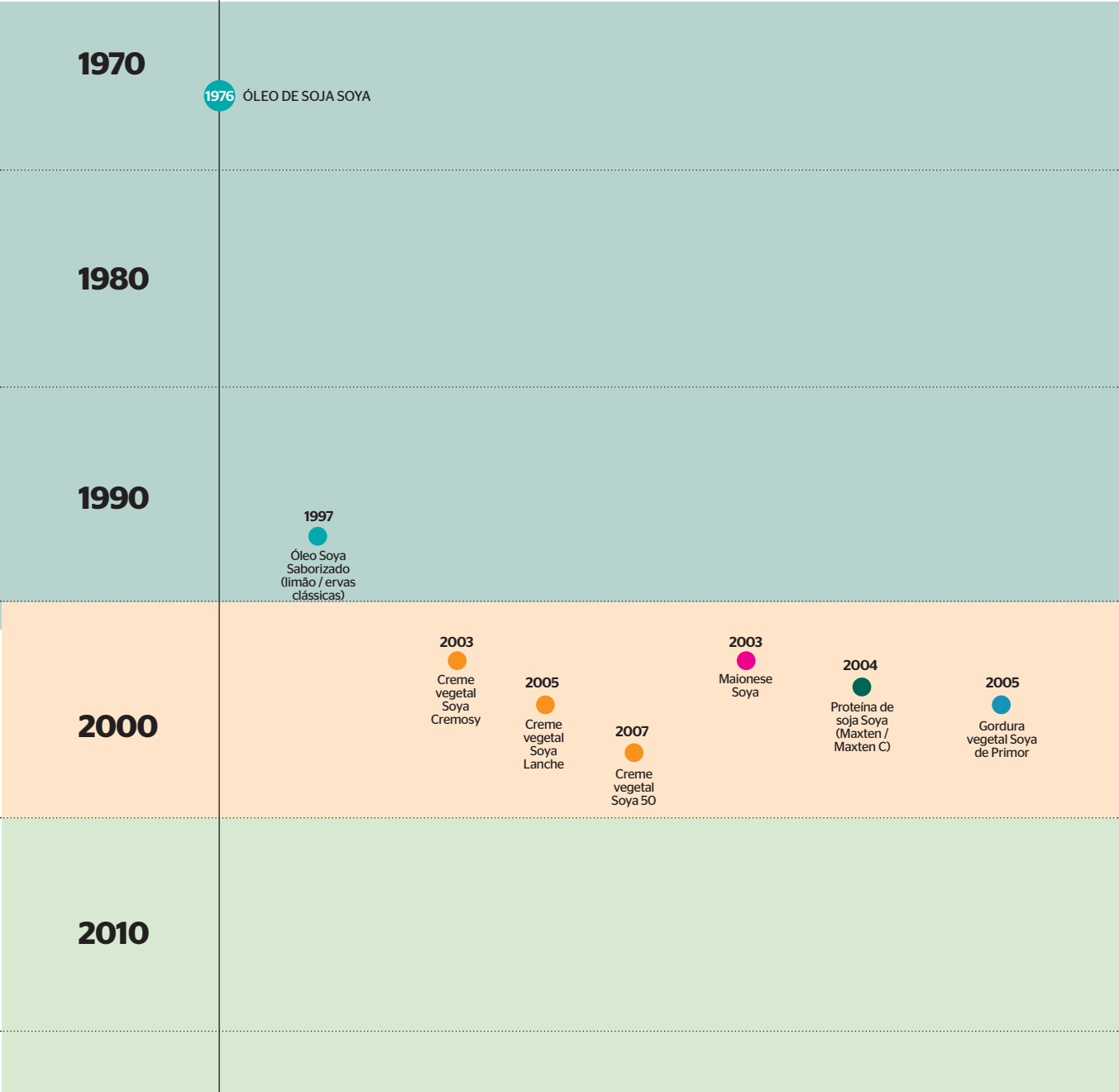
caderno de pesquisa

Linha Soya

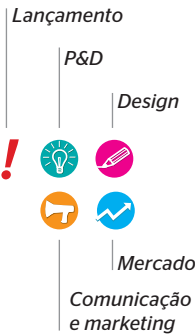
Centro de Memória Bunge

Rua Diogo Moreira, 184 – 5º andar
Pinheiros – São Paulo – SP – Cep: 05423-010
E-mail: centro.memoria@bunge.com / Tel.: 11.3914.0846

Linha Soya

1970
1976 ÓLEO DE SOJA SOYA
1980
1990
1997
Óleo Soya Saborizado (limão / ervas clássicas)
2000
2003
Creme vegetal Soya Cremosy
2005
Creme vegetal Soya Lanche
2007
Creme vegetal Soya 50
2003
Maionese Soya
2004
Proteína de soja Soya (Maxten / Maxten C)
2005
Gordura vegetal Soya de Primor
2010
Ceval
Bunge Alimentos
Bunge Brasil

Apresentação

Na década de 1970, o consumo do óleo de soja no Brasil já era uma realidade consolidada. Distantes haviam ficado os dias em que o brasileiro preferia cozinhar com banha de porco, por não suportar o sabor e o aroma fortes dos primeiros óleos vegetais. Desde 1929 **a Sanbra (Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro)*** já havia apresentado à dona de casa um óleo de algodão inodoro (***Salada***), e desde 1958 a **Samrig (Sociedade Anônima Moinhos Rio Grandenses)*** já havia lançado o seu óleo de soja (***Primor***), com muito bons resultados. Mas é só a partir da década de 1970 que a indústria da soja explode, impulsionada por incentivos do governo, avanços tecnológicos no campo e, principalmente, pela demanda crescente por óleo de soja (que se firma à frente dos óleos de algodão e amendoim) e por farelo de soja para ração animal. Não foi por acaso, portanto, que, no início dos anos 1970, a Cia. Hering, de Blumenau (SC), então maior malharia da América Latina, interessada em diversificar suas atividades, decide investir numa empresa de processamento de soja. Assim como não foi por acaso o sucesso dessa empresa, a **Ceval***, que em menos de uma década superaria o faturamento da área têxtil da Hering, devido, principalmente, a um óleo de soja lançado em 1976. Um óleo de soja que logo assumiria uma liderança de mercado duradoura. Um "grande óleo", pedido por todos.

LEGENDA:

1970

1972-1973. CRIAÇÃO DA CEVAL AGRO INDUSTRIAL S.A. Para diversificar suas atividades, a Cia. Hering, de Blumenau (SC), às vésperas de seu centenário (1980), funda a **Ceval***, empresa de processamento de soja e produção de derivados do grão, com sede na cidade de Gaspar (SC).

Mercado;

1976. LANÇAMENTO DO ÓLEO DE SOJA *SOYA*. Primeiro produto de consumo da **Ceval**, o óleo de soja ***Soya*** é lançado inicialmente apenas no estado de Santa Catarina, mas não demoraria para se tornar o óleo mais consumido e uma das marcas mais conhecidas em todo o Brasil. O nome ***Soya*** vem da palavra "soja" em inglês (*soy*). O rótulo da lata, assinado pelo *designer* David Pond, mostra uma variedade de verduras e legumes numa panela sobre um fundo amarelo – a ideia de associar o óleo a imagens de alimentos crus, antes do preparo, permanece como característica da marca até hoje.

Óleo vegetal; Lançamento; Mercado; Design; Comunicação & Marketing;

Primeira embalagem do óleo de soja Soya. Década de 1980. Fonte: Jornal Ceval na Safra – junho 1989 – p. 6.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1980

ANOS 1980 / NOVAS UNIDADES INDUSTRIAIS E MAIS INVESTIMENTO NO ÓLEO *SOYA*.
A partir dos anos 1980, a **Ceval** adota uma estratégia mercadológica mais agressiva para o óleo ***Soya***, a começar pela instalação de novas unidades industriais e a realização de uma primeira ação de marketing de grande porte (*ver próxima entrada*). Em um veículo de comunicação interna da empresa, numa edição de novembro de 1988, já se fala de uma unidade da **Ceval** em Campo Grande (MS), com "nova linha automática para enlatamento de óleo comestível (...) que permite o enlatamento de 500 latas de 900ml por minuto". A mesma edição traz ainda notícia sobre uma novidade: a impressão de códigos de barras em latas de óleo ***Soya***, tanto em versão para consumidor quanto em embalagens industriais de 9l e 18l.

Óleo vegetal; P&D; Design;

De oito a 16 de outubro foi realizado em Chapecó-SC a VIII Feira e Exposição Agropecuária, Industrial e Comercial — a Efapi. A Ceval e a Seara estiveram presentes no evento com um estande. Este é o principal acontecimento do gênero no Oeste de Santa Catarina.

Novembro/88 — 3

Enlatamento automático sofisticado

As duas fotos mostram dois momentos históricos para a unidade da Ceval em Campo Grande-MS. A primeira revela os caminhões com os containers na rampa de carga e descarga do enlatamento, trazendo o equipamento italiano; a outra, mostra o engenheiro, Ademir Simão da Silva, gerente da fábrica de Campo Grande, com a equipe de operadores junto ao equipamento montado e funcionando.

Uma nova linha automática para enlatamento de óleo comestível, em latas tipo "open top", adquirida pela Ceval, imprimirá um novo ritmo de produção à filial de Campo Grande-MS. O novo maquinário de tecnologia italiana permite o enlatamento de 500 latas de 900 ml por minuto.

Código

A Ceval está implantando nas latas de óleo puro de soja Soya de 900 ml, 9 e 18 litros e nas caixas de 20 latas de 900 ml, o código de barras, elemento fundamental na automação comercial. Grandes empresas no Brasil com a Nestlé, Sadia, Cica, Sanbra, Kodak e Olivebra, já utilizam.

O que é

O código de barras é um símbolo impresso, composto de barras paralelas de variadas larguras e espaçamentos. No conjunto, as barras são lidas por um equipamento ótico que através da determinação da sua largura e disposição, identificam o código por elas representado.

Utilidade

No comércio pode contar um a um os produtos que estão entrando ou saindo da loja; controla instantaneamente o estoque, reduzindo o capital empatado e melhorando o controle contábil e de compras. Para o consumidor, possibilita uma nota fiscal detalhada para controlar os seus gastos e dá mais velocidade na fila do caixa; para a indústria há captação de dados na automação industrial e passa ao mercado uma imagem de avanço tecnológico.

Campanha

O nome da Ceval assinou duas campanhas publicitárias no mês de outubro. A primeira delas foi na região do Vale do Itajaí especial e comemorativa dos 15 anos da empresa. E para isso foram usados "out-doors", rádio e televisão. A segunda, nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina Paraná, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás, Brasília e Bahia um institucional referente ao plantio da soja.

Notícias sobre investimentos da Ceval em novas tecnologias na produção do óleo de soja Soya. 1988. Fonte: Ceval/Seara Notícias – Ano 5 - nº 30 - novembro 1988.

1989 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "O ÓLEO NOSSO DE CADA DIA". A primeira grande ação de marketing do óleo de soja ***Soya*** é uma campanha publicitária assinada pela agência Propague, de Santa Catarina. Ainda focada no mercado regional, a campanha é composta por dois comerciais de TV que exploram a praticidade de uso e qualidade do óleo ***Soya***. No primeiro filme, um pai de família fica encarregado de preparar a maionese do almoço. No segundo, uma adolescente inexperiente na cozinha prepara um peixe para o namorado. Ambos se saem bem por utilizar o óleo de soja ***Soya***. Um *jingle* ao estilo de cântico religioso fala da pureza do óleo e remete à locução em *off*: "Com óleo ***Soya***, se consegue todo santo dia uma delícia".

- **Produto:** óleo de soja ***Soya***
- **Slogan:** O óleo nosso de cada dia
- **Veiculação:** comerciais de TV (regionalizada)

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Mercado;

1990

1992 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "TODA COMIDA PEDE UM GRANDE ÓLEO". A primeira campanha do óleo ***Soya*** de veiculação nacional é um grande sucesso, marcado pelo bom-humor. Desenvolvida pela agência Young & Rubicam, é composta por 11 comerciais de TV, 6 vinhetas de patrocínio e 6 *outdoors*, ficando quase o ano de 1992 todo no ar. Em cada filme, o ator Gerson de Abreu (falecido em 2002) aparece fantasiado de um alimento diferente, ao lado de uma lata gigante (1,70m) do óleo ***Soya***, e dá o seu depoimento sobre o produto. Para reforçar a presença nacional do óleo, os alimentos-personagens são típicos de diversas regiões do País – como a polenta frita para a Região Sul ou a macaxeira (mandioca) frita para o Nordeste –, o que permite ao ator brincar com diversos sotaques.

- **Produto:** óleo de soja ***Soya***
- **Slogan:** Toda comida pede um grande óleo, ***Soya***
- **Garoto-propaganda:** Gerson de Abreu
- **Veiculação:** comerciais de TV, vinhetas de patrocínio e *outdoors* (nacional)

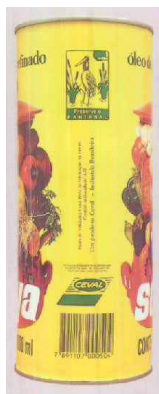
Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Mercado;

1993 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "TODO MUNDO PEDE UM GRANDE ÓLEO". Um desdobramento da anterior, esta nova campanha já assume a linguagem de um produto líder de mercado. Agora, não são os alimentos que aprovam o óleo ***Soya*** ("toda comida pede"), mas os consumidores mesmo ("todo mundo pede"). Desenvolvida pela Young & Rubicam, a campanha é veiculada em outubro e novembro e é composta por três comerciais de TV, exibidos nas emissoras Globo e SBT. Os três se passam num supermercado. No primeiro, uma dona de casa, em dúvida sobre cada produto que compra, passa pela gôndola de óleos e pela primeira vez não hesita: pega logo cinco latas de ***Soya***. No segundo, um empilhador de supermercado é contratado mesmo sem saber empilhar latas de óleo, mas descobre que não precisaria mesmo, devido à velocidade com que as latas de ***Soya*** são retiradas pelos clientes. No terceiro, um marido pergunta à mulher a marca de óleo que ela usa, ao que é respondido por um rapaz bonitão que passa ao lado: "É ***Soya***". O marido agradece distraído, até se dar conta do que aquela resposta significa.

- **Produto:** óleo de soja ***Soya***
- **Slogan:** Todo mundo pede um grande óleo, ***Soya***
- **Veiculação:** comerciais de TV, anúncios em publicações do setor supermercadista, materiais de ponto de venda (nacional)

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Mercado;

1993 / APOIO DO ÓLEO *SOYA* AO PROJETO TUIUIÚ. A ave-símbolo do Pantanal aparece estampada nas latas de óleo ***Soya*** vendidas na Região Centro-Oeste, como forma de divulgação do projeto do Ibama (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) pela preservação ambiental daquele ecossistema. É a primeira vez em que a lateral da lata de óleo ***Soya*** é usada como canal de comunicação com o consumidor, algo que seria repetido diversas vezes na história do produto, com grande grau de sucesso.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Design;

Lata especial do óleo de soja Soya em apoio ao Projeto Tuiuiú. 1993. Fonte: Ceval Linha Direta – Ano II – nº 14 – junho 1996 – p. 8.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1990

1995 / PRÊMIOS TOP OF MIND (REGIÃO SUL) E TOP SENDAS (RJ) PARA ÓLEO *SOYA*. Em março, o óleo ***Soya*** recebe o primeiro de três prêmios conquistados naquele ano: em Joinville (SC), o jornal *A Notícia* divulga pesquisa encomendada ao Instituto Mapa Marketing que coloca o óleo ***Soya*** como o mais lembrado (*top of mind*) do consumidor catarinense. Em junho, seria a vez da revista *Expressão* e do Instituto Datafolha apontarem o produto como o mais lembrado em todos os estados da Região Sul do País. E, em dezembro, numa cerimônia realizada pelo grupo supermercadista Sendas, do Rio de Janeiro, o óleo ***Soya*** recebe o prêmio Top Sendas, na categoria "Conservas", como reconhecimento pelos 21% de participação de mercado fluminense que o produto detinha naquele ano.

Óleo vegetal; Mercado;

Prêmio Top of Mind (Revista Expressão e Datafolha) na Região Sul e premiação Top Sendas (RJ) do óleo de soja Soya. 1995. Fontes: Ceval Linha Direta - Ano 1 - nº 8 - dezembro 1995. | Ceval Notícias - Ano 12 - nº 108 - agosto 1995

1995 / ÓLEO *SOYA* EM EMBALAGEM PET. Em novembro, a **Ceval** lança nova embalagem do óleo de soja ***Soya***, em PET (politereftalato de etileno). A novidade é apresentada inicialmente apenas em Santa Catarina, como fase experimental para que a empresa avalie a recepção do consumidor e decida as estratégias do lançamento nacional (à época, ***Soya*** detém 50% de mercado catarinense de óleos comestíveis). O novo material plástico – que a **Ceval** já havia utilizado um ano antes, na linha de óleos especiais ***Ville Premium Line*** – tem entre suas vantagens anunciadas a leveza, a praticidade de uso, a proteção do produto contra raios ultravioleta e, principalmente, a transparência, o que permite ao consumidor ver a qualidade do óleo. Apelos à reciclabilidade do material e à sustentabilidade, que tornar-se-iam comuns às embalagens PET, ainda não fazem parte da comunicação. A nova garrafa vem em formato "quadradinho", ainda com 900ml, e com bico dosador. Seis meses após o lançamento em Santa Catarina, a novidade chega ao mercado nacional.

Óleo vegetal; Design; P&D; Mercado; Comunicação & Marketing;

Óleo chega em embalagem PET

O óleo Soya – líder de vendas no país e um dos itens mais tradicionais no cotidiano dos consumidores brasileiros – ganhou mais uma "roupagem" em novembro. Na segunda quinzena, o produto chega as gôndolas dos supermercados em embalagens PET.

Os primeiros a conhecer a nova versão do Soya – em fase experimental – foram os catarinenses. "O mercado de Santa Catarina será uma espécie de laboratório para testarmos a aceitação do produto e definirmos o projeto de lançamento no restante do país", diz Sérgio Molinari, gerente da Divisão Produtos de Consumo da Ceval.

A fase de avaliação, segundo ele, deve durar seis meses. Os consumidores catarinenses foram escolhidos como "termômetro" porque o Soya responde por 50% do mercado de óleo comestível no estado. "Temos detectado uma inclinação crescente dos moradores dos grandes centros pelo uso de produtos modernos e práticos. São essas, exatamente, as maiores qualidades da embalagem PET. Nosso objetivo é evidenciar ainda mais o seu aspecto de vanguarda", explica Molinari.

A exemplo de seus antecessores no mercado brasileiro, os óleos Milleto e Ville Premium Line, ambos produzidos pela Ceval, o formato do Soya/PET será quadrado, com bico dosador.

"Os frascos são leves, transparentes, bonitos e seguros, porque possuem proteção contra raios ultra-violeta. São os novos atributos de um produto que já é líder de mercado por sua qualidade", afirma.

Notícia sobre o primeiro óleo Soya em embalagem PET. 1995. Fonte: Ceval Linha Direta - Ano 1 - nº 8 - dezembro 1995.

1996 / PATROCÍNIO DO ÓLEO *SOYA* AO CARNAVAL PAULISTANO. Além de patrocinar o desfile de blocos de rua Pholianafaria (realizado na Brigadeiro Faria Lima, uma das principais avenidas de São Paulo), o óleo ***Soya*** patrocina o Desfile das Escolas de Samba de São Paulo, para o qual institui o "Prêmio Soya Melhor Ala das Baianas", e veicula anúncios na revista *Carnaval*, publicação oficial do carnaval paulistano.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

Prêmio Soya Melhor Ala das Baianas no carnaval paulistano. 1996. Ceval Notícias - Ano 13 - nº 115 - março 1996.

1996 / PARTICIPAÇÃO DO ÓLEO *SOYA* NA CAMPANHA S.O.S. CRIANÇA. Inspirada na novela *Explode Coração*, da Rede Globo, que tinha como um de seus temas o desaparecimento de crianças, a **Ceval** resolve dar continuidade à ideia da emissora de divulgar fotografias de crianças e uma linha de telefone gratuita para a coleta de informações e pistas sobre o paradeiro delas. Assim, a **Ceval** passa a imprimir na lateral das latas de óleo ***Soya*** quatro novas fotografias por mês, com nome das crianças e época do seu desaparecimento, além do telefone do Centro Brasileiro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente. A qualidade de impressão das fotos, crucial para melhor identificação dos desaparecidos, é resultado de uma parceria com a Metalúrgica Rheem. Cerca de 40 milhões de latas são disponibilizadas pela campanha. Entre os meninos reencontrados por suas famílias graças à ação da **Ceval**, está o jovem Reinaldo Pereira dos Santos, então com 16 anos, que reconheceu a própria foto numa lata de ***Soya***, e o jovem Walace Márcio Ferreira, também 16 anos.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Design;

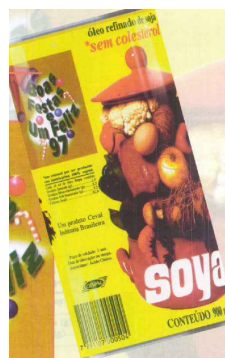
Lata de óleo de soja Soya especial para a campanha SOS Criança. 1996. Fonte: Linha Direta - Ano II - nº 14 - junho 1996 - p. 8 e 9. | Crianças localizadas pela campanha SOS Criança. 1996. Fonte: Ceval Notícias - Ano 13 - nº 122 - outubro 1996.

1996 / ÓLEO *SOYA* EM EMBALAGEM DE PVC DE 2,7 LITROS. Em setembro, durante a Feira da Abras (Associação Brasileira de Supermercados), no Rio de Janeiro, a **Ceval** lança o óleo ***Soya*** em embalagem de 2,7l – quantidade identificada, por meio de pesquisas, como a média consumida em um mês pela família padrão brasileira (à época, cinco pessoas). Feita de PVC (policloreto de vinil) transparente, a nova embalagem tem bico dosador com tampa de rosquear e alça anatômica para facilitar o manuseio. Nesta época, a linha ***Soya*** conta ainda com as tradicionais lata e garrafa PET de 900ml, além do galão de 18l para clientes industriais.

Óleo vegetal; Design; Mercado;

Nova embalagem do óleo de soja Soya, de 2,7 litros. 1996. Fonte: Ceval Notícias - Ano 13 - nº 122 - outubro 1996.

1996 / LATAS COMEMORATIVAS DE FIM DE ANO DO ÓLEO *SOYA*. Em novembro e dezembro, a **Ceval** lança uma série de latas comemorativas do óleo ***Soya***, com a imagem de uma árvore de Natal e a inscrição “Boas Festas Um Feliz 97” impressas na lateral.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Design;

Lata comemorativa de fim de ano do óleo de soja Soya. 1996. Fonte: Ceval Linha Direta - Ano 2 - nº 20 - dezembro 1996.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1990

1996-1997 / ESTREIA DO MESTRE-CUCA *SOYA* E AÇÃO PROMOCIONAL COM ULTRAGAZ. Entre dezembro de 1996 e janeiro de 1997, a companhia de gás domiciliar Ultragaz distribui 6 milhões de calendários do ano de 1997, junto com seus botijões de gás, em várias cidades do País. Nos calendários, um personagem criado pelo marketing da **Ceval** – o "mestre-cuca ***Soya***", uma panela com chapéu de cozinheiro – oferece receitas e dicas culinárias. Em janeiro, o mesmo mascote aparece na lateral das latas de óleo ***Soya*** (espaço já consolidado como canal de comunicação com o consumidor e de divulgação de projetos sociais e ambientais) numa seção batizada de "De Panela para Panela", também com receitas e dicas. O mascote seria utilizado ainda em outras ações futuras da marca ***Soya***.

Óleo vegetal; Design; Comunicação & Marketing;

Personagem "mestre-cuca Soya", que traz dicas culinárias nas latas de óleo Soya e nos calendários da Ultragaz. 1996/97. Fonte: Ceval Linha Direta - Ano II - nº 21 - janeiro 1997 - p. 13.

1997 / PRÊMIO "CARRINHO DE OURO" PARA ÓLEO *SOYA*. Pela liderança da marca ***Soya*** no mercado de óleos comestíveis no ano de 1996 (23% do mercado, 480 milhões de latas consumidas), em janeiro de 1997 o óleo ***Soya*** recebe o Prêmio Carrinho de Ouro como "produto do ano".

Óleo vegetal; Mercado;

*John Walter Freshel (à dir.) recebe de Neri Pozzo o Prêmio Carrinho de Ouro 1996, dado ao óleo **Soya**, como "produto do ano". 1997. Fonte: Ceval Linha Direta – Ano II - nº 21 - janeiro 1997 - p. 7.*

1997 / PATROCÍNIO DO ÓLEO *SOYA* AO CARNAVAL PAULISTANO E BAIANO. O produto patrocina pelo segundo ano consecutivo o Desfile das Escolas de Samba de São Paulo, com anúncios na revista *Sampa Carnaval de Ouro*, da Liga Independente das Escolas de Samba (órgão responsável pelo desfile), e entrega do Prêmio ***Soya*** à "Melhor Ala das Baianas" e à "Melhor Escola de Samba" (escolhas de júri popular). Além disso, distribui-se material promocional da marca nas quadras das escolas de samba e organiza-se um bloco ***Soya*** na plateia dos desfiles, com bonés e camisetas da marca. Já na Bahia, a ação de marketing havia começado em dezembro de 1996, com a participação de um Trio Elétrico Soya-Ebal nas festas pré-carnavalescas (Ebal, ou Empresa Brasileira de Alimentação, é a maior rede de supermercados do estado, à época).

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

Patrocínio do óleo de soja Soya ao desfile das escolas de samba de São Paulo. 1997. Fonte: Ceval Linha Direta - Ano II - nº 23 - março 1997 - p. 12.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1990

1997 / NOVA EMBALAGEM PET DO ÓLEO *SOYA*. No primeiro semestre do ano, a unidade de Ourinhos (SP) da **Ceval** lança uma nova embalagem do óleo de soja **Soya**, em PET, com formato mais arredondado. A nova garrafa é mais resistente e mais fácil de empilhar, o que auxilia no transporte e estocagem do produto.

Óleo vegetal; P&D; Design;

Nova embalagem PET do óleo de soja Soya, arredondada. 1997. Fonte: Ceval Linha Direta – Ano III – nº 26 – junho 1997 – p. 14.

1997 / PRÊMIO TOP OF MIND PARA ÓLEO *SOYA* (BELO HORIZONTE). Em junho, uma pesquisa realizada com 1.202 consumidores de todas as faixas de renda, entre 16 e 55 anos de idade, aponta ***Soya*** como o óleo de cozinha mais lembrado na capital mineira.

Óleo vegetal; Mercado;

1997 / LANÇAMENTO DO ÓLEO *SOYA SABORIZADO*. Em setembro, durante a Feira da Abras (Associação Brasileira de Supermercados), no Rio de Janeiro, a Ceval lança duas versões saborizadas do óleo ***Soya***: Limão e Ervas Clássicas. Em frascos PET de 500ml, o novo produto é o primeiro da linha ***Soya*** que não traz no rótulo a tradicional panela com verduras e legumes crus, substituindo-a pelos temperos que lhe dão sabor. Cada frasco vem acompanhado de um folheto com explicações sobre o novo produto. Anúncios do ***Soya Saborizado*** são veiculados em mídia especializada para o setor supermercadista.

Óleo vegetal; Lançamento; P&D; Design; Comunicação & Marketing;

Novo óleo Soya Saborizado. 1997. Fonte: Jornal Ceval Notícias – Ano 14 – nº 134 – outubro 1997 – p. 2.

1997 / AQUISIÇÃO DA CEVAL PELO GRUPO BUNGE. Em novembro, o **grupo Bunge**, dono da **Santista Alimentos***, adquire a **Ceval**, então a maior esmagadora e processadora de soja do Brasil, do **grupo Hering**. A união das duas empresas seria consolidada oficialmente três anos mais tarde.

Mercado;

1997-1998 / NOVAS APARIÇÕES DO MASCOTE MESTRE-CUCA SOYA. Em novembro e dezembro, pelo segundo ano consecutivo, as latas do óleo ***Soya*** ganham uma mensagem comemorativa para as festas de fim de ano, desta vez com a panela mestre-cuca ***Soya*** vestindo um gorro de Papai Noel. De janeiro a março, o mascote aparece com boné e óculos de sol, bebendo água de coco e trazendo dicas de alimentação saudável para o verão (especificamente sobre acelga, escarola, manjericão e salsão) e novas receitas.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing; Design;

Lata comemorativa de fim de ano do óleo de soja Soya. 1997. Fonte: Ceval Linha Direta – Ano III – nº 31 – novembro 1997 – p. 14. | Dicas e receitas do mestre-cuca Soya para o verão. 1997/98. Fonte: Ceval Linha Direta – Ano III – nº 33 – fevereiro 1998 – p. 11.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

1990

1997-1998 / NOVA AÇÃO PROMOCIONAL COM A ULTRAGAZ. Entre dezembro de 1997 e janeiro de 1998, a Ultragaz repete parceria com a **Ceval** e distribui, junto com seus botijões de gás entregues em domicílio, folheto promocional do ***Soya Saborizado***, com receita "Salada Tropical", para o verão. A ação atinge 1,5 milhão de casas em várias cidades do País.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

1998-1999 / PRÊMIO TOP OF MIND (SANTA CATARINA) PARA ÓLEO *SOYA*. Nos anos de 1998 e 1999, acontecem a quarta e a quinta edição da pesquisa realizada pelo jornal *A Notícia*, de Joinville (SC), e pelo instituto Mapa Marketing sobre as marcas mais lembradas pelo consumidor catarinense. Em ambas, o óleo ***Soya*** sagra-se vencedor.

Óleo vegetal; Mercado;

Embalagens de óleo Soya. 1999. Jornal Ceval Notícias – Ano 16 – nº 154 – maio 1999 – p. 2.

2000

2000 / SURGIMENTO DA BUNGE ALIMENTOS*. No dia 13 de setembro, consolida-se oficialmente a união, iniciada três anos antes, entre **Santista Alimentos** e **Ceval**, que se tornam divisões de uma nova empresa, a **Bunge Alimentos**.

Mercado;

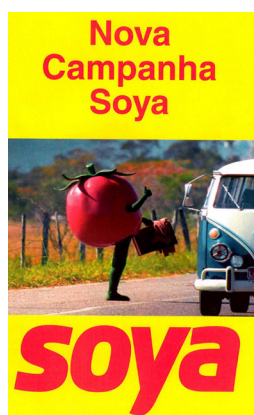
Notícia do surgimento da Bunge Alimentos. 2000. Fonte: Em Foco – Santista Alimentos – Ano II – nº 19 – setembro 2000.

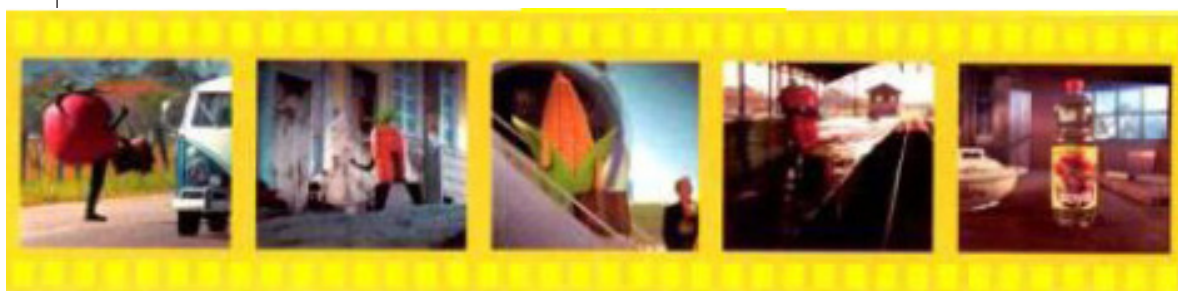
2002 / ÓLEO *SOYA* APROVADO PELA PRO TESTE. Entidade civil sem fins lucrativos, a Pro Teste – Associação Brasileira de Defesa do Consumidor – realiza uma série de avaliações e aprova o óleo ***Soya***, com muito boa classificação entre as diversas marcas testadas. São avaliados diversos atributos, desde a embalagem, a rotulagem, a pureza e capacidade de conservação do produto até características como cor, cheiro e sabor.

Óleo vegetal; Mercado; P&D; Design;

2002 / CAMPANHA PUBLICITÁRIA "DESPEDIDA". Em outubro, o óleo ***Soya*** estrela uma campanha de cobertura nacional, que tem no sabor do produto o principal apelo de vendas. Produzido pela Propague (a agência original da marca), um comercial para a TV, exibido nos intervalos das novelas da Rede Globo, mostra atores vestidos de verduras e legumes crus (imagens sempre relevantes para a marca, a começar pelo tradicional rótulo) carregando malas e partindo em viagem. O conceito é claro: sem óleo ***Soya***, o sabor "vai embora".

- **Produto:** óleo de soja ***Soya***
- **Veiculação:** comerciais de TV

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

Cenas do comercial "Despedida" do óleo Soya. 2002.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2000

2003 / VENDA RECORDE DE ÓLEO *SOYA* PARA A VENEZUELA. Em junho, a **Bunge** fecha a maior venda de óleo de soja para um único cliente em toda sua história: 240 mil caixas de óleo ***Soya*** são enviadas ao governo da Venezuela. O total equivale a 4 mil toneladas de óleo de soja, ou a mais de dois meses de produção da fábrica de Gaspar (SC).

Óleo vegetal; Mercado;

2003 / LANÇAMENTO DO CREME VEGETAL *SOYA CREMOSY*. Pela primeira vez desde que foi criada, a marca ***Soya*** ganha novas categorias de produtos e se torna uma família. O primeiro lançamento do ano é o ***Soya Cremosy***, que vem substituir o creme vegetal ***Cremosy***, também da **Bunge Alimentos** (produto lançado originalmente em 1988, pela **Sanbra - Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro***, em parceria com a **Samrig - Sociedade Anônima Moinhos Rio Grandenses***, ambas empresas do **grupo Bunge**). A categoria "creme vegetal" havia surgido na década de 1980 como alternativa mais econômica dentro do segmento de margarinas, devido à menor participação de gordura vegetal em sua formulação, o que reduzia o preço. O novo creme vegetal ***Soya Cremosy*** é lançado em potes de 500g, para o consumidor doméstico, e em baldes de 15kg, para o cliente industrial.

Creme vegetal; Lançamento; P&D; Design; Mercado; Comunicação & Marketing;

Novo creme vegetal Soya Cremosy e anúncios sobre seu lançamento. 2003. Fontes: Col.Bun.Ali.Dg.I.78 | Bunge com Você - Ano II - nº 9 - agosto/setembro 2003 | Planeta Bunge - Ano 1 - nº 10 - outubro 2003

2003 / LANÇAMENTO DA MAIONESE *SOYA*. Pouco depois do creme vegetal, a linha ***Soya*** ganha a maionese, lançada inicialmente para as regiões do Nordeste e Centro-Oeste, em potes de 250g e sachês de 200g, para o consumidor doméstico, e em sachês de 1kg e baldes de 3kg, para o consumidor industrial.

Maionese; Lançamento; Design; Mercado;

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2000

2003 / PROMOÇÃO FASCINAÇÃO POR VOCÊ, COM HEBE CAMARGO. Para promover os dois recentes lançamentos da linha ***Soya*** (*ver entradas anteriores*), a Bunge Alimentos realiza a promoção "***Soya*** Fascinação por Você", voltada para o público feminino e estrelada pela apresentadora Hebe Camargo. Para concorrer aos prêmios (um ano de cabeleireiro grátis, um guarda-roupas ou uma linha de cremes e maquiagens), a consumidora precisa enviar uma carta com três códigos de barras de produtos ***Soya*** – *sendo pelo menos um de margarina ou de maionese* – e a resposta à pergunta: "Qual a marca que está sempre ao seu lado?"

- **Produto:** linha ***Soya***
- **Slogan:** ***Soya***, fascinação por você
- **Garota-propaganda:** Hebe Camargo
- **Prêmios:** 1 ano de cabeleireiro grátis, guarda-roupas, linha de cremes e maquiagens

Creme Vegetal; Maionese; Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

Soya agora é a marca de uma família de produtos

Primeiro foi o óleo. Depois a margarina. Agora é a maionese. Nesse processo de revitalização dos seus produtos para o consumidor, a Bunge aproveitou uma marca líder de mercado na categoria óleo de soja e estendeu sua força para a categoria maionese.

A maionese Soya foi lançada, recentemente, nas regiões Nordeste e Centro-Oeste do País, nas embalagens pote de 250 g e sachê de 200 g.

O lançamento da nova maionese conta com o apoio da promoção da família Soya: "Soya Fascinação por Você", tendo como porta-voz o símbolo da mulher brasileira, Hebe Camargo.

Para participar, o consumidor deverá enviar três códigos de barras de produtos Soya, sendo pelo menos um de margarina ou um de maionese. Os códigos de barras devem ser enviados para a Caixa Postal 71.534, São Paulo SP, respondendo à pergunta: "Qual a marca que está sempre ao seu lado?". Os sorteados ganharão prêmios como um ano de cabeleireiro grátis, ou um guarda-roupa novo, ou, ainda, uma linha completa de cremes e maquiagens.

Notícia sobre promoção da linha Soya com Hebe Camargo. 2003. Fonte: Planeta Bunge – Ano 1 – nº 10 – outubro 2003.

2004 / NOVA FÓRMULA E NOVA EMBALAGEM INDUSTRIAL DA MAIONESE SOYA. Lançado apenas um ano antes, o produto ganha nova formulação e uma nova embalagem para o setor de clientes industriail, que já conta com sachê de 1kg e pote de 3kg: o *bag* de 3kg.

Maionese; Design;

Embalagens de maionese Soya para clientes industriais. 2004. Fonte: Planeta Bunge – Ano 2 – nº 17 – maio 2004.

2000

2004 / LANÇAMENTO DAS PROTEÍNAS TEXTURIZADAS DE SOJA *SOYA MAXTEN*. Produtos voltados para o consumidor industrial, as proteínas texturizadas de soja ***Soya*** são anunciadas como substitutas à carne bovina (***Maxten C***), à ave e ao peixe (***Maxten***) no preparo de recheios, linguiças, tortas, quibes, bolinhos, empanados, hambúrgueres, sopas e molhos, sem perda de sabor ou de valor nutricional. O desenho de alguns desses alimentos estampa os rótulos de ambas. Vendidos em embalagens de 500g, os novos produtos têm como principal apelo de vendas o rendimento: até três vezes mais do que o volume original, após hidratação. Em Ourinhos (SP), sede de uma das unidades da **Bunge Alimentos**, para promover as proteínas texturizadas ***Soya Maxten***, a área comercial as apresenta a cerca de 50 nutricionistas e merendeiras da rede municipal de ensino do SESI (Serviço Social da Indústria) e da APAE (Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais) de Ourinhos e de Marília, município vizinho.

Proteína de Soja; Lançamento; P&D; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagens e anúncio das novas proteínas texturizadas Soya Maxten. 2004. Fontes: Bunge com Você – Ano III – nºs 13 e 16 - abril/maio e outubro/novembro 2004.

2005 / CENTENÁRIO DA BUNGE NO BRASIL. A **Bunge**, que começou a atuar no Brasil em 1905, com uma participação minoritária na **Sociedade Anônima Moinho Santista**, inaugura selo comemorativo que passa a estampar as embalagens de seus produtos.

Mercado; Design;

2005 / LANÇAMENTO DO CREME VEGETAL *SOYA LANCHE*. Em fevereiro, o novo produto vem substituir o creme vegetal ***Soya Cremosy*** na linha ***Soya***. O creme vegetal ***Soya Lanche*** é comercializado em potes de 250g, 500g e 1kg. A estratégia de comunicação é focada para o uso do ***Soya Lanche*** no café da manhã.

Creme Vegetal; Lançamento; Design; Comunicação & Marketing;

Novo creme vegetal Soya Lanche. 2005. Fonte: Col.Bun.Ali.Dg.I.93

2005 / NOVO RÓTULO E NOVAS EMBALAGENS DA MAIONESE *SOYA*. Lançado dois anos antes, o produto ganha novo rótulo que o aproxima da identidade visual do óleo ***Soya***. Se antes as embalagens eram estampadas com uma colher de maionese, agora elas mostram também outros alimentos (tomate, ovo cozido, brócolis, alface, etc.), criando um colorido e um conceito gráfico que remetem à tradicional panela com verduras e legumes crus, associada à marca. Outra novidade se refere às embalagens da maionese ***Soya***, que passa a ser comercializada em potes de vidro de 250g e de 500g (além do sachê de 200g). A novidade se dá porque pesquisas da

área de marketing da Bunge Alimentos apontam que o mercado de maioneses em potes de vidro é responsável por mais de 70% do volume de vendas. Além disso, em algumas regiões do País, é lançado um pote plástico de 400g, para agregar mais uma opção à linha.

Maionese; Design; Mercado;

Maionese Soya com novos rótulos, em potes de vidro e pote de plástico de 400g (lançamento regionalizado). 2005. Fontes: Col.Bun.Ali.Dg.I.85 | Col.Bun.Ali.Dg.I.85

2005 / PROMOÇÃO SEU DIA-A-DIA COM ARTE (SP E MG), COM ANTONIO PETICOV. Entre junho e julho, é lançada promoção do óleo ***Soya*** nos estados de São Paulo e Minas Gerais. Na compra de quatro embalagens de óleo, o consumidor pode escolher, como brinde, uma peça de jogo americano ou um copo, decorados com a logomarca ***Soya*** e desenhos assinados pelo artista plástico Antonio Peticov, exclusivos para a promoção.

- **Produto:** óleo de soja ***Soya***
- **Slogan:** Seu dia-a-dia com arte
- **Prêmios:** 1 peça de jogo americano ou 1 copo (com desenhos exclusivos de Antonio Peticov)

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

Promoção Seu Dia-a-dia com Arte. 2005. Fonte: Col. Bun. Ali. E- 49 G .02 Cd-16

2005 / LANÇAMENTO DA GORDURA VEGETAL *SOYA DE PRIMOR*. No final do ano, a **Bunge Alimentos** relança a gordura vegetal ***Primor*** como ***Soya de Primor***, que passa a fazer parte da linha ***Soya***, agregando a esta uma nova categoria de produtos. A embalagem remete à imagem tradicional de ***Soya*** (legumes e verduras saindo de uma panela), com a logomarca fazendo as vezes de panela e, no lugar dos vegetais, bolos, tortas, sorvetes, pastéis e outros alimentos preparados com gordura vegetal.

Gordura Vegetal; Lançamento; Design;

Nova gordura vegetal Soya de Primor. 2005. Fonte: Planeta Bunge – Ano 3 – nº 36 – dezembro 2005.

2000

2005 / EMBALAGENS COMEMORATIVAS DE FIM DE ANO DO ÓLEO *SOYA*. Recuperando uma ação de marca que fez sucesso cerca de uma década atrás (1996 e 1997), a **Bunge Alimentos** lança uma embalagem comemorativa do óleo ***Soya*** para o fim de ano. Batizada de ***Soya Festas***, a embalagem traz rótulo com a cor prata predominante, a inscrição "Feliz 2006" e votos de dinheiro, sorte, respeito, amor, etc. ***Soya Festas*** é comercializada até 31 de janeiro do ano seguinte.

Óleo vegetal; Design; Comunicação & Marketing;

Embalagem comemorativa de fim de ano do óleo de soja Soya. 2005. Fonte: Jornal Mural – 28 novembro 2005.

2005 / APOIO DO ÓLEO *SOYA* À CAMPANHA NATAL DAS CRIANÇAS (MT). Através de sua unidade em Rondonópolis, no Mato Grosso, a **Bunge Alimentos** doa 30 mil litros de óleo ***Soya*** para ajudar na composição de cestas de Natal, que são distribuídas entre famílias carentes da cidade e do estado. A ação seria repetida no Natal do ano seguinte, quando a **Bunge** doaria 40 mil garrafas (ou 2 mil caixas) de óleo ***Soya*** para as prefeituras de Rondonópolis e de Cuiabá.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

2006 / ANIVERSÁRIO DE 30 ANOS DA MARCA *SOYA*, NOVAS EMBALAGENS E NOVA CAMPANHA PUBLICITÁRIA. Em janeiro, a **Bunge Alimentos** celebra os 30 anos de ***Soya*** com o lançamento de novas embalagens e nova campanha publicitária. Nos rótulos dos produtos para consumidor doméstico (óleo de soja, creme vegetal e maionese), a tradicional imagem da panela – que já havia sido substituída por uma logomarca em forma de panela – é definitivamente abandonada em troca de uma nova logomarca, em forma de gota, que, além disso, vem acompanhada de um *slogan* específico para cada produto: "O número 1 do Brasil" (óleo), "Leve e muito gostosa" (maionese) e "Ideal para passar no pão" (creme vegetal). No caso do óleo ***Soya***, os legumes e verduras vão para a base do rótulo, não mais "flutuando". Mantêm-se as cores vermelho e branco na logomarca. Já a campanha publicitária, composta de comerciais de TV e anúncios de revista, explora o conceito de versatilidade da linha ***Soya***, afirmando que é possível comer um prato diferente a cada dia da semana, utilizando-se da óleo, da margarina e da maionese ***Soya***. Tanto as embalagens quanto os materiais publicitários ganham um selo comemorativo dos 30 anos da marca.

- **Produtos:** óleo, creme vegetal e maionese ***Soya***
- **Slogan:** Toda comida pede todo dia ***Soya***
- **Veiculação:** comerciais de TV e anúncios em revista

Creme Vegetal; Maionese; Óleo vegetal; Design; Comunicação & Marketing;

Selo comemorativo, embalagens e campanha publicitária dos 30 anos da marca Soya. 2006. Fontes: Bunge com Você - Ano IV - no 29 - dezembro 2005/janeiro 2006

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2006 / EMBALAGENS ESPECIAIS DE ÓLEO SOYA PARA A COPA DO MUNDO. Entre maio e junho, chegam aos supermercados do País embalagens temáticas do óleo ***Soya***, em comemoração à Copa do Mundo (na qual o Brasil seria derrotado, contra a França, nas quartas de final). A logomarca utilizada ainda é a versão anterior (formato de panela) à que fora lançada no início do ano (formato de gota). As garrafas vêm nas cores verde e amarelo. Materiais promocionais de ponto de venda, com o mesmo *design*, são utilizados para chamar atenção do consumidor na gôndola do supermercado.

Óleo vegetal; Design; Comunicação & Marketing;

*Garrafas de óleo **Soya** e materiais de ponto de venda promocionais da Copa da Alemanha. 2006. Fonte: Planeta Bunge – Ano 4 – nº 41 – maio 2006.*

2006 / NOVAS EMBALAGENS DAS PROTEÍNAS TEXTURIZADAS *SOYA*. Com *layout* colorido e fotografias de alimentos preparados com o produto (em vez dos antigos *desenhos* de alimentos), as novas embalagens das proteínas de soja ***Soya*** dão menos destaque à classificação (***Maxten*** ou ***Maxten C***) e mais às carnes a que servem como substitutas, passando a se chamar ***Soya Carnes Vermelhas*** ou ***Soya Carnes Brancas***. Benefícios nutricionais, como a presença de fibras e proteínas e a ausência de colesterol, também são ressaltados.

Proteína de Soja; Design; Comunicação & Marketing;

Novas embalagens e anúncio das proteínas de soja Soya Maxten. 2006. Fontes: Planeta Bunge – Ano 4 – nº 47 – novembro 2006 | Bunge com Você – Ano IV – nº 27 – agosto/setembro 2006.

2006 / LANÇAMENTO DO PROGRAMA *SOYA* RECICLA (SP). Em parceria com a ONG Ação Triângulo (em 2007 tornar-se-ia Instituto Triângulo, com estatuto de Oscip – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público), voltada para a divulgação de práticas ecológicas, a **Bunge Alimentos** lança no estado de São Paulo um projeto-piloto com a chancela da marca ***Soya***, de incentivo ao recolhimento e à destinação correta do óleo de cozinha usado. O projeto ***Soya*** Recicla começa com a instalação de pontos de entrega voluntária (PEVs) – onde a população pode doar óleo usado, em garrafas de refrigerantes de 2 litros – em 65 lojas das redes de supermercados Coop, Hirota e Litoral. Alguns PEVs contam com a presença de promotoras, que orientam os clientes sobre o procedimento de recolhimento e sobre as razões pelas quais não jogar o óleo usado na pia da cozinha ou em áreas externas. Todo o óleo recolhido – 52,5 mil litros em 2006 – é reciclado e transformado em sabão biodegradável. Com o sucesso do projeto-piloto, os anos seguintes vêem-no crescer, incentivado por promoções (na compra de 3 óleos ***Soya***, grátis um funil para facilitar o armazenamento do óleo usado); ações de marketing em padarias de São Paulo (distribuição de folhetos explicativos e de garrafas especiais para armazenamento e transporte

de óleo, vendidas a preço de custo de R$ 1,50); e divulgação em escolas, empresas, shopping, parques, etc. O projeto seria elevado à condição de Programa ***Soya*** Recicla, abrangendo pontos de entrega em todo o País, diversificando suas ações (transformando parte do óleo em biodiesel, além do sabão) e, a cada ano, recolhendo maiores quantidades de óleo (*ver gráfico*). Eventualmente, a doação de pilhas e baterias usadas (10 mil quilos até 2011) e de roupas (25 mil peças até 2011) também faria parte do Programa.

Óleo vegetal; Comunicação & Marketing;

Promotora do programa Soya Recicla em um ponto de entrega voluntária. 2009. Fonte: Revista Planeta Bunge – Ano 7 – nº 74 – fevereiro de 2009. | Quantidades de óleo recolhido e estação de doações para o programa Soya Recicla. 2011. Fonte: Revista Nossa Bunge Brasil – Ano 2 – nº 10 – junho 2011.

2007 / LANÇAMENTO DO CREME VEGETAL *SOYA* COM 50% DE LIPÍDIOS (NE). Lançamento específico para o mercado nordestino, o novo creme vegetal ***Soya***, com 50% de lipídios, vem substituir a fórmula regular (***Soya Lanche***), com 20% de lipídios, devido ao fato de que o produto é usado principalmente para fins culinários na Região Nordeste – o que torna necessário um maior percentual de lipídios. A embalagem do novo produto é um pote de plástico retangular (em versões de 250g e 500g) com a ilustração de uma panela – ícone original da marca ***Soya***, já abandonado nos demais produtos, mas aqui ainda pertinente, por se tratar de um produto de uso culinário. Pela mesma razão, a frase abaixo da logomarca – "Ideal para passar no pão" – é substituída por "Cozinha melhor". Em destaque no rótulo, a inscrição: "0% de gorduras trans".

Creme Vegetal; Lançamento; P&D; Design; Mercado; Comunicação & Marketing;

Novo creme vegetal Soya com 50% de lipídios, para o mercado nordestino. 2007. Fonte: Planeta Bunge – Ano 5 – nº 53 – maio 2007.

2007 / PATROCÍNIO DE *SOYA* AO FILME "O MUNDO EM DUAS VOLTAS", DA FAMÍLIA SCHURMANN. Em abril, o filme que conta as aventuras da família Schurmann – a primeira família brasileira a circunavegar o globo a bordo de um veleiro, numa viagem de 10 anos (1984-1994) – chega ao circuito nacional de cinemas, com o patrocínio da marca ***Soya*** (a empresa **Bunge** já vinha patrocinando as viagens da família desde a década de 1990)**.** O filme acompanha Vilfredo e Heloísa Schurmann, e seus quatro filhos, em sua segunda viagem de volta ao mundo (1997-2000), desta vez reconstruindo a rota do navegador português Fernão de Magalhães. Para divulgar o filme, a área de marketing da **Bunge** presenteia 20 clientes com um convite para a festa de pré-lançamento e um kit ***Soya* –** camiseta, produtos ***Soya*** e ingressos – em São Paulo (SP), Curitiba (PR), Florianópolis (SC) e Porto Alegre (RS). O mesmo kit é sorteado também para 5 colaboradores **Bunge** da Administração Central e fábrica de Gaspar (SC).

Comunicação & Marketing;

A Família Schurmann após uma segunda viagem de volta ao mundo. 2007. Fonte: Planeta Bunge – Ano 5 – nº 54 – junho 2007.

2007 / NOVAS EMBALAGENS DAS PROTEÍNAS TEXTURIZADAS *SOYA*. Menos de um ano após mudarem de embalagem, as proteínas texturizadas de soja da linha ***Soya*** mudam mais uma vez. Reduz-se o tamanho dos pacotes, de 500g para 400g; atualiza-se a logomarca para a versão mais recente que já vem sendo utilizada no restante da linha (em formato de "gota"); são utilizadas novas fotos de alimentos preparados com a proteína; e a denominação ***Maxten*** e ***Maxten C***, que já vinha perdendo espaço, é abandonada completamente.

Proteína de Soja; Design;

Novas embalagens de proteína de soja Soya. 2007. Fontes: Planeta Bunge – Ano 5 – nº 57 – setembro 2007.

2007 / SELO DE TRANSGÊNICO NOS RÓTULOS DO ÓLEO *SOYA*. No final de 2007, a **Bunge Alimentos** passa a aplicar o selo de "transgênico" (um "T" sobre um triângulo amarelo) no rótulo do óleo ***Soya***, para indicar que há, em sua composição, ingredientes com DNA modificado ou proteínas resultantes de alteração genética. A medida não é uma obrigação da empresa: a lei brasileira determina que o consumidor seja informado sempre que o componente transgênico de um produto industrializado ultrapasse 1% de sua composição, o que não é o caso do óleo ***Soya***, com menos de 1%. Não podem, portanto, ser classificados como "alimentos transgênicos".
A iniciativa da **Bunge** é mais para atender a um interesse crescente da população pelo tema.

Óleo vegetal; P&D; Mercado; Design;

Embalagens do óleo Soya ganham selo de "transgênico". 2007. Fonte: Revista Planeta Bunge – Ano 6 – nº 63 – março 2008.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2000

2008 / *SOYA* BEM COLOCADA EM PESQUISA DE MERCADO. Em pesquisa conduzida pela Instituto Research International, a marca ***Soya*** é lembrada por 91% dos entrevistados. Outras marcas da **Bunge Alimentos** também atingem bons índices, como ***Delícia*** (94%), ***Primor*** (91%), ***Salada*** (65%) e ***Cyclus***, que, criada havia apenas quatro anos e tendo esforços de comunicação concentrados apenas no Sul do País, já atingia 20% de lembrança. Foram entrevistadas 1.500 pessoas, em São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Belo Horizonte (MG), Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE), Porto Alegre (RS) e Curitiba (PR).

Mercado;

2008 / NOVAS EMBALAGENS DO CREME VEGETAL *SOYA LANCHE*. Em setembro, a **Bunge Alimentos** lança o creme vegetal ***Soya Lanche*** em potes retangulares de 500g, em substituição aos potes redondos. O novo formato permite melhor aproveitamento de espaço na gôndola do supermercado e no estoque.

Creme Vegetal; Design;

Novos potes de creme vegetal, formato retangular. 2008. Fonte: Revista Planeta Bunge – Ano 6 – nº 71 – novembro 2008.

2009 / EMBALAGEM COMEMORATIVA DA REVOLUÇÃO FARROUPILHA DO CREME VEGETAL *SOYA* (RS). Marco na história do Rio Grande do Sul, a Revolução Farroupilha é celebrada pelos gaúchos no dia 20 de setembro – dia em que, em 1835, estancieiros revoltados contra os impostos cobrados pelo Império tomaram o poder da província de São Pedro do Rio Grande do Sul e declararam-se independentes, estabelecendo uma República Rio-Grandense que resistiria por dez anos. Para homenagear o mercado gaúcho e ampliar a identidade do consumidor com a marca ***Soya***, a **Bunge Alimentos** lança em setembro uma edição comemorativa do creme vegetal ***Soya***, com embalagem temática.

Creme vegetal; Comunicação & Marketing; Design;

Embalagem comemorativa do creme vegetal Soya pela Revolução Farroupilha. 2009. Fonte: Revista Planeta Bunge – Ano 6 – nº 81 – setembro 2009.

2009 / PATROCÍNIO DE *SOYA* AO TIME DE VOLEIBOL DE BLUMENAU (SC). A partir de dezembro de 2009, a seleção de voleibol masculino de Blumenau recebe o patrocínio da marca ***Soya*** para disputar a temporada 2009/2010 da Superliga, o principal torneio de voleibol masculino do País e a melhor liga das Américas. O campeonato duraria até abril de 2010, com o time Soya/Blumenau terminando na 11ª colocação. A **Bunge** renovaria o patrocínio na temporada seguinte, encerrada em abril de 2011, com o time na 13ª colocação. Além disso, a **Bunge** passa a proporcionar atividades de treinamento gratuito de vôlei para adolescentes de Blumenau, pelo projeto Pró-Vôlei. Em 2010, seriam 675 jovens atendidos.

Comunicação & Marketing;

2010

2010 / CONSTITUIÇÃO DA BUNGE BRASIL. A partir desta data, **Bunge Alimentos** e **Bunge Fertilizantes** deixam de existir como empresas independentes, ficando suas operações concentradas sob a marca **Bunge Brasil**.

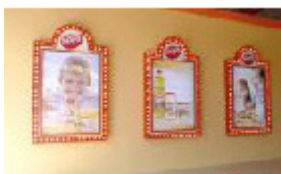
Mercado;

2010 / NOVA EMBALAGEM DE 250G DA MAIONESE *SOYA*. Lançada em setembro, a nova embalagem, em PET, tem como público-alvo consumidores que moram sozinhos e famílias pequenas. O menor tamanho garante praticidade e menor risco de estragar o alimento por expirar o prazo de validade. O rótulo destaca que a maionese ***Soya*** tem 0% de gorduras trans e é fonte de vitamina E e ômega 3.

Maionese; Design; P&D;

Maionese Soya em nova embalagem de 250g. 2010. Fonte: BFE Portal.

2010 / PATROCÍNIO DE *SOYA* À PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO DO BETO CARRERO WORLD (SC). Por patrocinar a reforma da praça de alimentação do famoso parque, a marca ***Soya*** fica presente durante um ano nas entradas principais, além de em painéis e tótens.

Comunicação & Marketing;

Painéis de Soya no Beto Carrero World, em Santa Catarina. 2010.

2011 / APOIO DA BUNGE A VÍTIMAS DE DESLIZAMENTOS DA REGIÃO SERRANA DO RIO DE JANEIRO. Após a catástrofe dos primeiros dias de 2011, que causou quase 1.000 mortes e deixou cerca de 35 mil desalojados, a **Bunge Brasil** realizou uma doação de alimentos não-perecíveis à Defesa Civil de Teresópolis, entre os quais 1.640 caixas de óleo ***Soya*** e 35 mil sacos de 1kg de arroz ***Primor***.

Óleo vegetal; Mercado

2011 / LANÇAMENTO DA NOVA MAIONESE *SOYA*. Entre 9 e 12 maio, durante a Feira Apas (Associação Paulista de Supermercados) – maior evento nacional do setor de supermercados –, a **Bunge Brasil** lança a maionese ***Soya***, com nova formulação, novo sabor e novas embalagens. O produto conta com maior concentração de lipídios, apresenta melhor consistência, sabor mais acentuado e aroma mais suave. Em julho, durante a Fipan (Feira Internacional de Panificação e Confeitaria e do Varejo Independente de Alimentos), é apresentada a nova embalagen da maionese para o segmento, de 3kg.

Maionese; P&D; Design;

Nova maionese Soya (embalagens para consumo doméstico e industrial) e estande da marca na Fipan. 2011. Fontes: Bunge Brasil – MKT Cons. – Artes & Embalagens | http://www.padariabungepro.com.br/dest-lanca-refei.asp | Departamento de Comunicação Corporativa da Bunge Brasil

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

2010

2011 / PATROCÍNIO DE MARCAS BUNGE AO PORTAL TEMPO DE MULHER. Lançado no dia 8 de agosto de 2011, o portal, idealizado pela jornalista Ana Paula Padrão, reúne notícias, entrevistas e artigos voltados para o público feminino – além de 20 receitas elaboradas com produtos das marcas ***Delícia***, ***Salada***, ***Soya*** e ***Primor***, todas da **Bunge**.

Comunicação & Marketing;

2011 / NOVAS EMBALAGENS DO ÓLEO *SOYA*. O novo rótulo do óleo ***Soya*** põe os tradicionais legumes e verduras de volta ao seu lugar acima da logomarca, como havia sido com a panela original e com a logomarca anterior. Além do redesenho, as novas embalagens ganham receitas práticas culinárias – também isso uma espécie de retorno às tradições da marca (ainda que com um *design* moderno), já que as embalagens de óleo ***Soya*** sempre se prestaram a uma comunicação com o consumidor, desde as primeiras latas.

Óleo vegetal; Design;

Nova embalagem do óleo de soja Soya. 2011. Fonte: Revista Nossa Bunge Brasil – Ano 1 – nº 12 – setembro 2011.

* Considerar todas as razões sociais marcadas por asterisco (*) como atual Bunge Brasil.

Créditos

ACERVO DE DOCUMENTOS TEXTUAIS

Clipping de jornais e revistas: 1992 a 2002.
Relatórios Anuais da Bunge: 2005.
Relatórios Anuais da Ceval Alimentos: 1997 e 1998.
Comunicado Interno Bunge. 21 de junho de 2011.
Jornal Mural da Bunge: 2007.
Jornal Mural da Bunge: 16 de maio de 2011.
Jornal Mural da Bunge. 11 de julho de 2011.
Portal Bunge Brasil. 30 de agosto de 2010.
Portal Bunge Brasil. 27 de setembro de 2010.
Portal Bunge Brasil. 04 de outubro de 2010.
Portal Bunge Brasil. 08 de agosto de 2011.
Saboreie com Informação. Número 237. 11 de julho de 2011.
Em Foco: 1998 a 2002.
Revista Alimentar 2001 a 2002.
Revista Bunge com Você. Ano II. Número 09. Agosto/Setembro de 2003.
Revista Bunge com Você. Ano II. Número 10. Outubro/Novembro de 2003.
Revista Bunge com Você. Ano III. Número 13. Abril/Maio de 2004.
Revista Bunge com Você. Ano III. Número 16. Outubro/Novembro de 2004.
Revista Bunge com Você. Ano III. Número 19. Abril/Maio de 2005.
Revista Bunge com Você. Ano IV. Número 27. Agosto/Setembro de 2006.
Revista Bunge com Você. Ano IV. Número 29. Dezembro/Janeiro de 2006.
Revista Bunge com Você. Ano 7. Número 45. 2009.
Revista Bunge com Você. Ano 7. Número 46. 2009.
Ceval/Seara Notícias. Ano 05. Número 30. Novembro 1988
Revista Ceval Notícias. Ano 10. Número 87. Novembro de 1993.
Revista Ceval Notícias. Ano 11. Número 91. Março de 1994.
Revista Ceval Notícias. Ano 12. Número 104. Abril de 1995.
Revista Ceval Notícias. Ano 12. Número 108. Agosto de 1995.
Revista Ceval Notícias. Ano 13. Número 115. Março de 1996.
Revista Ceval Notícias. Ano 13. Número 122. Outubro de 1996.
Revista Ceval Notícias. Ano 14. Número 134. Outubro de 1997.
Revista Ceval Notícias. Ano 15. Número 142. Maio de 1998.
Revista Ceval Notícias. Ano 16. Número 154. Maio de 1999.
Revista Ceval Notícias. Ano 17. Número 170. Setembro de 2000.
Revista Linha Direta Ceval Alimentos. Ano 01. Número 08. Dezembro de 1995.
Revista Linha Direta Ceval Alimentos. Ano 02. Número 14. Junho de 1996.
Revista Linha Direta Ceval Alimentos. Ano 02. Número 20. Dezembro de 1996.
Revista Linha Direta Ceval Alimentos. Ano 02. Número 23. Março de 1997.
Revista Linha Direta Ceval Alimentos. Ano 03. Número 33. Fevereiro de 1998.
Revista Nossa Bunge Brasil. Ano 1. Número 7. Março de 2011.
Revista Nossa Bunge Brasil. Ano 2. Número 10. Junho de 2011.
Revista Nossa Bunge Brasil. Ano 1. Número 12. Setembro de 2011.
Revista Planeta Bunge. Ano 01. Número 08. Agosto de 2003.
Revista Planeta Bunge. Ano 01. Número 09. Setembro de 2003.
Revista Planeta Bunge. Ano 01. Número 10. Outubro de 2003.
Revista Planeta Bunge. Ano 02. Número 17. Maio de 2004.
Revista Planeta Bunge. Ano 02. Número 20. Agosto de 2004.
Revista Planeta Bunge. Ano 03. Número 26. Fevereiro de 2005.
Revista Planeta Bunge. Ano 03. Número 27. Março de 2005.
Revista Planeta Bunge. Ano 03. Número 32. Agosto de 2005.
Revista Planeta Bunge. Ano 03. Número 36. Dezembro de 2005.
Revista Planeta Bunge. Ano 04. Número 38. Fevereiro de 2006.
Revista Planeta Bunge. Ano 04. Número 41. Maio de 2006.
Revista Planeta Bunge. Ano 04. Número 42. Junho de 2006.
Revista Planeta Bunge. Ano 04. Número 47. Novembro de 2006.
Revista Planeta Bunge. Ano 04. Número 48. Dezembro de 2006.
Revista Planeta Bunge. Ano 05. Número 49. Janeiro de 2007.

Créditos

Revista Planeta Bunge. Ano 05. Número 53. Maio de 2007.
Revista Planeta Bunge. Ano 05. Número 54. Junho de 2007.
Revista Planeta Bunge. Ano 05. Número 56. Agosto de 2007.
Revista Planeta Bunge. Ano 05. Número 57. Setembro de 2007.
Revista Planeta Bunge. Ano 06. Número 63. Março de 2008.
Revista Planeta Bunge. Ano 06. Número 71. Novembro de 2008.
Revista Planeta Bunge. Ano 07. Número 74. Fevereiro de 2009.
Revista Planeta Bunge. Ano 06. Número 78. Junho de 2009.
Revista Planeta Bunge. Ano 06. Número 81. Setembro de 2009.

ACERVO DE IMAGEM E SOM
Filmes Institucionais da Santista Alimentos.
Filmes Institucionais da Ceval Alimentos.

ACERVO ICONOGRÁFICO
Slides, Cromos e Fotografias.